

# Komunikasi Organisasi: Konsep, Kompleksitas dan Legitimasi Akademik

Oleh

**Basuki Agus Suparno Abstract**

*The way we define communication will determine the perspectives of organization communication. It can take place because communication and organization is inherently. We can't not communicate in one side, and another side we are organization creature. Relation<sub>c</sub> between organization and communication is very closely. Therefore, how we conceive communication will influence how we think of it.*

Key word: *axiom, organization communication, communication, perspective*

## PENDAHULUAN

Topik ini muncul sebagai pilihan sejumlah alternatif dari diskursus tentang komunikasi organisasi. Dari pemikiran tentang perspektif organisasi (tradisional, interpretif dan kritikal), pembicaraan mengenai struktur dan rasionalitas, hubungan-hubungan, peranan dan posisi dalam struktur sampai pada bentuk-bentuk organisasi sebagai *ad-hocracy* menjadi agenda-agenda pembicaraan di dalamnya. Tentu saja tidak luput, masalah komunikasi menempati sentral perhatian dalam diskusi wajib mengenai organisasi itu sendiri. Iklim organisasi, budaya organisasi dan bentuk-bentuk komunikasi yang terjadi di dalam organisasi seperti *grapevine*, *dyadic*, peranan kelompok dan jaringan dalam organisasi selalu dikaitkan dengan komunikasi.

Ada tekanan khusus yang diberikan bahwa pola arus informasi dan komunikasi organisasi, tidak sekedar teknis dan mekanistik yang diperlihatkan dalam pola-

pola yang terbentuk seperti *liason*, *isolate*, *bridge*, *cosmopolite*, *gatekeeper*, *opinion leader* dan seterusnya, melainkan terdapat aspek psikologis, humanisme, sosiologis dan dimensi kekuasaan atau politik yang melekat di dalam hubungan-hubungan itu.

Ada tiga alasan, kenapa topik di atas dipilih. Pertama, untuk menunjukkan bahwa konsep dan pemikiran tentang komunikasi dan organisasi merupakan konsep yang inheren. Organisasi adalah komunikasi. *Communication is absolutely essential to organization* (Simon, 1945). Atau seperti pandangan Bavelas dan Barret (1951): *Communication is the essence of organized activity and is the basic process out of which all other functions derive*. Jelas, ada dimensi yang memperlihatkan komunikasi organisasi adalah bagian penting dalam komunikasi. Pamela Shockley-Zalabak pun (1991:30- 33) menunjukkan komunikasi organisasi sebagai proses, kumpulan orang-orang, pesan, makna dan tujuan.

Unit analisis kajian ini berkembang sedemikian rupa, tidak hanya pada satuan individu dengan segala dimensi kognitif, psikologis dan sosiologis yang melekat, melainkan pada satuan kelompok atau bahkan dalam sistem yang kompleks. Teori komunikasi organisasi pada tingkat-tingkat tertentu membutuhkan analisis dari disiplin lain terutama sosiologi, psikologi, ekonomi, antropologi dan politik untuk menjelaskan perilaku individu di dalamnya.

Dari perkembangan kajian, komunikasi organisasi tumbuh bersama masyarakat industri di mana kebutuhan organisasi yang modern menjadi keniscayaan. Bersama masyarakat industri, persoalan efisiensi, efektifitas, rasionalitas, produktifitas, hubungan- hubungan kerja dan manusiawi, peranan dan aturan organisasi serta kekuasaan menjadi pijakan kuat dalam organisasi. Ini sejalan dengan ide modernisasi yang senantiasa membicarakan soal efisiensi, produktifitas, efektifitas, kecepatan dan ketepatan.

Kedua, tulisan ini mempertautkan secara substansial mengenai komunikasi dan organisasi. Pada satu sisi dalam salah satu aksioma komunikasi (Bowers and Bradac, 1982) dikatakan: *One can't not communicate*. Sedangkan pada sisi lain, manusia dikatakan sebagai *organization creature*. Komunikasi dianalogikan ke berbagai perumpamaan dari organisasi. Dengan mempertautkannya, ada pokok-pokok pemikiran penting yang

menjembatani, kenapa komunikasi organisasi memberi sejumlah perspektif yang kaya - dari perkembangan kajian, disiplin ilmu, subdisiplin dan persilangannya, satuan unit analisis dalam riset-risetnya, tokoh-tokoh pemikir dan penerapannya dalam dunia industri.

Ketiga, menunjukkan komunikasi organisasi merupakan kajian ilmiah yang *legitimate*- yang memiliki buku-buku tekstual yang diacu yang ingin mempelajarinya, ada tokoh-tokoh pemikir, memiliki institusi pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan komunikasi organisasi, dan memiliki jurnal ilmiah yang mempublikasikan temuan- temuan yang di dilakukan.

Lebih dari itu, tradisi-tradisi pemikiran mengukuhkan kajian ini dan bagaimana komunikasi organisasi berkembang, dikembangkan dan diterapkan dalam kehidupan berorganisasi secara luas. Sebagaimana tujuan itu, tulisan ini dirangkai ke dalam beberapa pembahasan yang secara berurutan mencakup: a) meta-teori tentang komunikasi-dalam pandangan penulis, ini bagian pokok yang menjelaskan kenapa ada beberapa perspektif komunikasi organisasi; b) perspektif-perspektif teori organisasi dan komunikasi organisasi; c) mendialogkan antara meta-teori komunikasi dengan organisasi; d) budaya organisasi dan ; e) legitimasi komunikasi organisasi sebagai studi ilmiah.

## Meta-teori tentang Komunikasi

Bagaimana komunikasi didefinisikan menimbulkan implikasi terhadap sudut pandang, pemikiran, pendekatan, serta teori-teori yang dipakai termasuk ketika manusia berada di dalam organisasi. Dance dan Larson, menyatakan bahwa para ilmuwan (*scholars*) memiliki cara-cara yang berbeda dalam mendefinisikan komunikasi. Dari definisi yang dikumpulkan sebanyak 126 definisi, menurutnya ada tiga cara para ilmuwan dalam mendefinisikannya, yakni level observasi, intensionalitas dan level *judgement*.

Pada level observasi, komunikasi dilihat dari segi seberapa luas-sempit komunikasi dipahami, serta seberapa abstrak-konkret definisi yang diberikan. Dari level intensional, komunikasi dilihat dari segi tujuan, yakni apakah semua perilaku merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan atau tidak. Sedangkan dari level *judgement* lebih menekankan pada persoalan normatif, kesuksesan dan nilai-nilai tertentu.

Apa yang dilakukan Dance dan Larson berdampak pada selanjutnya yakni upaya untuk melihat apa lebih dalam komunikasi. Bradacs dan Bowers (1982) mempostulasikan 7 pasang aksioma yang mencerminkan cara-cara bagaimana komunikasi dipahami dan dipikirkan.

Pertama, *communication is transmission and reception information versus communication is generation of*

*meaning*. Ketika komunikasi didefinisikan sebagai transmisi dan penerimaan informasi, kecenderungan konsep ini mekanistik, objektif dan linear. Konsep ini sering dikaitkan dengan sistem, dan karena itu interpretasi terhadap makna relatif tertutup. Fokus perhatian definisi ini terletak pada transmisi dan penerimaan, yakni bagaimana pesan-pesan komunikasi dapat dipindahkan dari satu tempat ke tempat yang lain.

Sementara, ketika komunikasi didefinisikan sebagai penciptaan makna, ia memiliki pengertian bahwa perilaku menghasilkan makna bagi penerimanya. Bahkan informasi tidak hanya mungkin hilang atau didapat, melainkan bisa berubah. Sejumlah informasi dapat menghasilkan ribuan makna dan kesimpulan, karena makna adalah multifaset. Dari definisi itu, teori-teori yang relevan antara lain; *Evaluation reaction to speech* (Giles dan Powesland, 1975); *Judgement of valence, potency and acitivity of stimuli* (Osgood, Suci dan Tannebaum, 1957) dan *personality impression* (Chaikin and Derlega, 1974)

Ketika kita melihatnya pada organisasi, maka proses komunikasi yang terjadi mengikuti cara bagaimana kita mendefinisikannya. Apakah kita mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai transmisi dan penerimaan misalnya dari atasan ke bawahan dan sebaliknya, ataukah setiap perilaku anggota organisasi mempunyai makna dan berguna bagi organisasi itu sendiri. Sudut pandang komunikasi organisasi ditentukan oleh cara bagaimana komunikasi didefinisikan.

Kedua, *communication is individual behavior versus communication is the relationship among behavior of interacting individual*. Dalam konteks organisasi kita bisa mengaitkan dengan eksperimen yang dilakukan Western Electric Company's Hawthorne Plant di Illinois yang merupakan referensi penting dalam kajian komunikasi

organisasi. Eksperimen ini dilampaui melalui pemikiran psikologi behaviorisme yang melihat mata rantai antara stimuli dan respon dengan *treatment* tertentu terhadap sejumlah pekerja.

Sementara, ketika komunikasi didefinisikan sebagai hubungan diantara perilaku dari interaksi individu berarti melihat komunikasi tidak sebatas mata rantai stimulus respon. Konsep *relationship* dan *patterns* adalah dua hal yang kompleks mencakup hubungan-hubungan yang bersifat mutual, nilai, penghormatan, kerjasama saling percaya dan sebagainya yang tidak sebatas pada hubungan mekanistik adanya stimulus dan respon. Kita melihat kenyataan-kenyataan bahwa kepuasan karyawan dapat dicapai ketika apa yang mereka lakukan dihargai dan tidak semata-mata memandangnya sebagai mesin produksi yang selalu dieksploitasi.

Ketiga, *human communication is unique versus human communication is a form of animal communication*. Aspek pertama aksioma ini menyatakan bahwa manusia menggunakan simbol dan penggunaan simbol tersebut adalah hal yang fundamental yang mengaskan sifat kemanusiaannya. Burke (1966) menyatakan bahwa manusia adalah *the using simbol animal*. Melalui penggunaan simbol, manusia berusaha mencapai tujuan- tujuannya. Oleh karena itu, teori mengenai retorika dan persuasi mencerminkan konsep dari definisi komunikasi ini. Dalam praktek-praktek

organisasi, penggunaan simbol dipakai untuk tujuan yang sangat luas. Penciptaan identitas, kepatuhan, kebanggaan, regularitas dan lainnya dilakukan dengan penggunaan simbol. Komunikasi manusia adalah sesuatu yang unik yang berbeda dengan komunikasi pada makhluk lainnya. Ia mempunyai kemampuan untuk menggunakan dan memanipulasikannya secara sadar untuk kepentingan-kepentingannya.

Keempat, *communication is processual versus communication is static*. David K Berlo menyatakan bahwa komunikasi adalah proses. Komunikasi adalah proses mempunyai dua pengertian. Pertama komunikasi mencakup interaksi variabel-variabel di dalam sistem yang bersifat kausal (teori sistem). Kedua komunikasi adalah transaksional di antara pengguna simbol, makna bersifat dinamik dan berubah (seperti dalam teori *Dynamic Social Impact Theory*). Aksioma *communication is static* sejenak sulit untuk mencari penjelasan teoritiknya- bagaimana memahami bahwa komunikasi adalah statik. Namun penjelasan ini dapat ditemukan dalam penjelasan *langue* dan *parole* yang menempatkan *langue* sebagai statis. Teori *Generative Grammar* merupakan pemikiran yang menempatkan komunikasi sebagai sesuatu statis dan atemporal.

Kelima, *communication is contextualized versus communication is non-contextualized*. Dimensi aksioma

pertama menyatakan bahwa sejumlah faktor kontekstual mempengaruhi makna pesan. Masalah pengucapan misalnya dapat menimbulkan makna yang bermacam-macam- apakah lelucon ataukah ancaman. Menurut Watzlawick (1967) pesan melaporkan peristiwa dan perintah yang ditentukan definisi relationalnya. Menurutnya pengucapan terjadi di dalam situasi dan diputuskan secara situasional, bisa tetap dan bisa juga tidak (Bitzer, 1968; Ervin Trapp, 1973). Menurut Bradac dan Bowers, paling tidak ada dua jenis kekuatan kontekstual yang mempengaruhi aspek konteks komunikatornya yang meliputi gaya bahasa, penyajian, tujuan eksplisitnya dan kedua adalah aspek situasional yang mencakup pemahaman peranan sosial, batas-batas tentorial dan kesempatan. Sementara aksioma *communication is non-contextualized* dinyatakan bahwa komunikasi bisa terjadi dan mencakup signal yang dilepaskan dari makhluk biologis yang menghasilkan respon yang tetap- sebagai yang tidak mempertimbangkan konteks yang mengelilinginya (Brown, 1965:23)

Keenam, *human being cannot not communicate versus human beings can not communicate*. Semua perilaku yang dipersepsi orang lain menghasilkan makna dan karenanya membentuk komunikasi. Aksioma ini jelas merefleksikan model *receiver oriented* atau sudut pandang interpretif (Barnlund, 1962). Aksioma ini mengabaikan persoalan intensional. Dalam

pandangan Watzlawick (1962) apakah ada intensi atau tidak sepanjang dipersepsi orang lain, maka hal ini disebut komunikasi. Sedangkan aksioma *human beings can not communicate* menjadikan intensi sebagai kriteria untuk menentukan komunikasi atau tidak.

Seseorang bisa memilih untuk tidak mengirim pesan, sekalipun dia tidak dapat mencegah *perceiver* membuat kesimpulan termasuk kemungkinan terhadap komunikator. Aksioma *human beings can not communicate* menyatakan bahwa komunikasi adalah perilaku simbolik yang bersifat intensional. Semua perilaku yang tidak intensional dan tidak didesain untuk menciptakan makna bukan komunikasi sekalipun bisa bersifat informatif.

Ketujuh, *communication is an ubiquitous and powerful force in society versus communication is one among forces in society and relatively weak one*. Aksioma yang pertama mengisyaratkan komunikasi merupakan kekuatan yang dapat membentuk, mengubah dan menguatkan individu dan masyarakat. Bukti-bukti empiris mendukung bahwa komunikasi mempunyai pengaruh yang kuat bagi masyarakat. Sedangkan aksioma kedua sebaliknya menyatakan bahwa komunikasi hanya merupakan salah satu dari banyak kekuatan yang ada dan berpengaruh bagi masyarakat. Oleh karena itu, komunikasi tidaklah begitu kuat bahkan sebagai kekuatan yang relatif lemah saja.

Dengan uraian itu, tidak berlebihan apabila masing-masing menggambarkan sudut pandang yang berbeda dan memberi tekanan yang berbeda pula terhadap apa yang dipahami dan dimengerti sebagai komunikasi. Namun yang krusial adalah pilihan dalam melihat komunikasi berimplikasi pada pendekatan, konsep, metode dan teori lebih lanjut. Pemikiran mengenai komunikasi mempengaruhi kajian mengenai komunikasi organisasi. Perbedaan perspektif yang timbul dalam studi komunikasi organisasi setidaknya berangkat dari bagaimana kita mendefinisikan komunikasi itu sendiri. Komunikasi organisasi itu bagaimana pun wujudnya bukankah sangat mungkin diartikulasikan dalam banyak pengertian. Bukannya tidak mungkin, komunikasi organisasi dipandang sebagai bagian kecil dari keseluruhan. Sekali lagi, kembalinya pada bagaimana kita menempatkan komunikasi di dalam organisasi.

Bahkan Pace dan Faules (1994:17) menyadari akan hal itu, tetapi keduanya merasa tidak perlu untuk membahasnya secara detil terhadap persoalan dasar ini. Padahal dengan mengetahuinya-aksioma komunikasi, maka ketika hal ini dibawa ke bidang lain, misalnya organisasi, maka perbedaan-perbedaan perspektif dalam melihat komunikasi organisasi dapat dikembalikan pada pengertian dasar yang melandasinya.

Cara ini membuka dialog yang lebih luas terhadap komunikasi organisasi. Misalnya teori-teori mengenai budaya, interaksi simbolik, studi mengenai semiotik, konstruksi realitas sosial, strukturasi, ekonomi politik, *intercultural*, *cross cultural*, kepemimpinan, studi jaringan, studi kebijakan serta pendekatan teori-teori kritis menjadi bagian integral dalam kajian komunikasi organisasi ini. Dan hal itu diketahui dari akarnya, yakni dari pengertian yang multiperspektif tersebut.

### **Perspektif-Perspektif Teori Organisasi dan Komunikasi Organisasi**

Menurut Katherine Miller (2002) yang dimaksud perspektif adalah: *a way of viewing or seeing a particular phenomena*. Miller menegaskan bahwa perspektif tidak tunggal melainkan plural. Istilah lain yang menunjuk arti perspektif antara lain: *standpoint* atau *point of view*. Littlejohn (2002) mengatakan bahwa perspektif sebagai *a of looking*. Definisi komunikasi di atas memberi sudut pandang tertentu terhadap komunikasi. Sedangkan pada bagian ini kita akan melihat bagaimana komunikasi ditempatkan dalam perspektif teori organisasi dan komunikasi organisasi.

Menurut Daniels, Spiker dan Papa (1997:8-12) adaduga perspektif komunikasi organisasi. Mereka mengatakan bahwa tiga perspektif tersebut dipaparkannya berdasarkan sintesis dari deskripsi yang disajikan Linda Putnam (1982), Philip

Thompson dan Charles Redding (1988). Tiga perspektif itu adalah: a) Perspektif Tradisional; b) Perspektif Interpretif; dan c) Perspektif Kritis.

Jika dicermati, pembagian perspektif ini tampak tidak jauh berbeda dengan tipologi yang dilakukan Guba dan Lincoln dalam penelitian: Positivisme (traditional); konstruktivis (interpretif) dan Kritis. Sementara Dennis Mumby membedakan *scholarship* komunikasi menjadi tiga kelompok yang mencerminkan hal yang kurang lebih sama, yakni *discourse of representation* (traditional), *discourse of understanding* (interpretif/verstehen) dan *discourse of suspicion*.

Ciri umum perspektif tradisional (Guba dan Lincoln; Dennis Mumby) ialah pola-pola hubungan misalnya antara objek yang diteliti dengan peneliti, klaim terhadap temuan, pandangan terhadap realitas, objek kajian sebagai sesuatu yang objektif dan observabel dan seterusnya. Dalam konteks komunikasi organisasi, perspektif tradisional memandang organisasi sebagai objek yang dapat dikaji dengan konsep-konsep dan metode-metode yang memandang perilaku komunikasi organisasi adalah sebuah aktivitas yang objektif dan dapat diamati, diukur, diberi label, dikelompokkan dan dihubungkan dengan proses-proses lain di dalamnya.

Komunikasi organisasi dalam perspektif ini sering memfokuskan pada proses-proses komunikasi dan efektifitas komunikasi. Misalnya hubungan antara gaya kepemimpinan manager dengan kepuasan karyawan. Dalam perspektif ini, faktor-faktor organisasi seperti arus informasi dalam jaringan organisasi, soal distorsi pesan, saluran-saluran komunikasi dalam organisasi, strategi manager dan supervisor dalam berkomunikasi dengan bawahannya, penyelesaian pada kelompok dinamik dan proses pembuatan keputusan mendapat tempat yang besar.

Perspektif tradisional memandang organisasi sebagai mesin yang dihubungkan dengan bagian-bagian dan dioperasikan oleh pengawasan manajerial serta tergantung pada pemeliharaan komunikasi yang baik agar berfungsi secara efisien dan efektif. Seorang manager melakukan pengawasan terhadap organisasi (*machine*) melalui prinsip-prinsip dan teknik-teknik dalam rangka mendapatkan ketundukan dan kerjasama karyawan. Ini berarti ada dua hal penting agar sistem beroperasi dan tetap terjadi, yakni kontrol dan koordinasi. Sementara kontrol dan koordinasi tergantung pada komunikasi yang efektif.

Dalam pengertian itu komunikasi secara primer dipahami sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan. Dari sudut pandang demikian efektifitas komunikasi tergantung pada dua hal yakni pengiriman dan penerimaan pesan yang

akurat dan reliabel serta kondisi penerima yang memahami dan merespon pesan tersebut dalam sebuah cara yang dikendaki pengirim pesan. Jika proses pengiriman pesan tidak akurat dan reliabel, besar kemungkinan respon tidak diberikan sesuai yang diharapkan. Akibatnya, efektifitas komunikasi tidak terjadi.

Selanjutnya, paradigma organisasi yang dianalogikan sebagai mesin, berubah dan digantikan dengan pemikiran bahwa organisasi sebagai sebuah *living system* (Mogge, Farace, Eisenberg, Miller dan White, 1984). Organisasi sebagai *living system* lebih rumit. Mereka mempunyai sejumlah sistem sebagai *self regulation* dan kontrol. Desain manajerial dan tujuan adalah faktor-faktor penting, tetapi ia bukan terbatas sebagai faktor-faktor yang mengendalikan sistem organisasi.

Secara internal ada organisasi buruh, kelompok profesional bahkan koalisi informal yang bisa menentukan corak organisasi, sedangkan secara eksternal pemerintah daerah, lembaga-lembaga pemerintah, biro konsultan, konsumen, masyarakat secara luas paling tidak juga mempengaruhi sistem organisasi tersebut. Ciri penting sistem adalah terbuka, melakukan adaptasi terhadap perubahan dan saling melakukan pertukaran dengan lingkungan.

Kedua perspektif interpretif, yang memandang organisasi sebagai budaya (Pacanowsky dan O'Donnel Trujillo, 1984). Pengertian budaya mencakup aspek yang



luas termasuk kebiasaan, nilai, keyakinan, praktek-praktek komunikasi, cara berpakaian dan bahasa. Belum lagi jika hal ini dihubungkan dengan perbedaan budaya Barat dan Timur yang dibingkakan ke dalam organisasi. Misalnya bagaimana budaya timur (Jepang, Korea, Cina) tercermin dalam kehidupan organisasi mereka dan bagaimana seperti Amerika, Perancis dan Jerman mencerminkan budaya mereka dalam kehidupan organisasi. Hal ini nanti akan dipaparkan lebih lanjut dalam sub bahasan tentang budaya dan organisasi. Dalam perspektif interpretif, sebagaimana dikatakan Haviland (1993) tujuannya adalah mengungkapkan budaya yang melandasi mereka di dalam organisasi.

Bagi perspektif intepretif, organisasi sebagai sesuatu yang subjektif. Tindakan sosial hanya dapat berkembang ketika individu-individu yang ada di dalam organisasi sapat saling berbagi makna. Budaya dalam organisasi adalah sebuah jejaring makna. Dengan kata lain, eksistensi organisasi ditentukan dalam pengalaman yang berbagai di antara anggota-anggota organisasi. Dalam pandangan Putnam (1982), realitas organisasi dikonstruksikan secara sosial melalui komunikasi. Pandangan ini memperlihatkan aspek sosiologis organisasi. Pandangan-pandangannya, yang menekankan bahwa realitas diciptakan dan dijaga melalui interkasi merupakan pandangan- pandangan sosiologis yakni intepretif.

Posisi komunikasi dipandang sebagai proses di mana konstruksi sosial terjadi. Kajian tentang komunikasi di dalamnya tertarik pada simbol-simbol dan makna yang terjadi alam beberapa bentuk perilaku organisasi. Perspektif ini mengungkap dan mendeskripsikan cara- cara anggota-anggota organisasi memahami perilakunya melalui komunikasi dan bagaimana mereka bersikap terhadap organisasi berdasarkan makna. Pokok-pokok penting perspektif interpretif mencakup:

- a. Orang memahami sesuatu melalui makna. Persepsi manusia selalu dihubungkan dengan sebuah filter simbol
- b. Makna dipelajari dalam interaksi antara individu-individu. Makna muncul dari pertukaran simbol dalam kelompok sosial
- c. Semua struktur sosial dan institusi diciptakan oleh individu-individu yang berinteraksi dengan orang lain
- d. Perilaku individu tidak secara ketat ditentukan oleh kejadian sebelumnya, melainkan memiliki kebebasan dalam melakukan tindakan
- e. Pikiran terdiri dari konversasi internal yang mencerminkan interaksi seseorang yang telah terjadi dengan orang lain.

- f. Perilaku dilakukan atau diciptakan dalam kelompok sosial dalam wacana interaksi
- g. Seseorang tidak dapat memahami pengalaman manusia dengan mengamati perilaku yang tampak (Manis dan Meltzer, 1978:437)

Tujuan perspektif interpretif dalam riset-riset yang biasa dilakukan terfokus pada upaya mengungkapkan aktivitas-aktivitas komunikatif yang terjadi dalam beberapa setting yang menghasilkan keunikan karakter dalam organisasi. Setiap perilaku menunjukkan dimensi subjektif yang berbeda-beda dan unik, yang berbeda dari perspektif tradisional yang memandang sesuatu secara objektif dan observabel.

Ketiga perspektif kritikal. Ada tiga ciri penting dalam kebanyakan pemikiran-pemikiran kritikal, yakni: a) para ilmuwan sosial kritikal mempercayai perlunya memahami pengalaman yang ada terhadap individu di dalam konteksnya; b) pendekatan kritikal menguji kondisi-kondisi sosial untuk membongkar tatanan sosial yang menindas; d) pendekatan ini memberi kesadaran dengan menggabungkan antara teori dan gerakan yang berorientasi pada emansipatoris dan perubahan. Tujuan pendekatan ini adalah melakukan perubahan (Fay, 1975: 94).

Berangkat dari ketiga ciri tersebut, perspektif kritikal melihat organisasi sebagai instrumen menindas. Di dalam organisasi, terdapat praktek-praktek penindasan seperti

praktek diskriminasi, alokasi kewenangan yang tidak demokratis, eksploitasi karyawan dan sebagainya. Persoalan struktur dalam organisasi menimbulkan adanya ketidaksetaraan kewenangan dan kekuasaan. Hubungan yang berorientasi pada kewenangan dan kekuasaan yang tercermin dalam struktur dan hirarki organisasi dapat menimbulkan konflik dan ketidakpuasan. Pertentangan bisa terjadi dengan menajamnya konflik yang terjadi antara kelas buruh dan penguasa. Karl Marx menganalisis persoalan hubungan yang rentan konflik ini sangat tajam dalam *Das Capital*-nya yang menunjukkan adanya eksploitasi kaum borjuasi terhadap karyawan dengan memberikan nilai lebih kepada karyawan, melainkan diakumulasikan terhadap modal yang menjadi milik pengusaha.

Dalam perspektif kritikal dikatakan bahwa penindasan tidak hanya terjadi pada struktur dan penggunaan simbol-simbol di dalam organisasi. Penindasan dalam organisasi terjadi dalam hubungan antara struktur dan simbol. Ketika Dennis Mumby (1987:120) berkomentar tentang interpretivisme, ia setuju bahwa riset interpretif mendemonstrasikan realitas organisasi secara fundamental sebagai persoalan simbolik, tetapi ia juga yakin bahwa pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang naif sebab ia hanya memberi perhatian yang kecil di dalam melakukan eksplikasi terhadap proses *deep*

*structure*. Dalam pandangannya, dominasi mencakup mendapatkan orang untuk mengorganisasikan perilaku mereka di sekitar sistem aturan tertentu. Aturan sistem inilah yang disebut sebagai *deep structure* yang mendefinisikan hubungan-hubungan kekuasaan yang ada. Sejumlah bentuk simbolik yang kita lihat di dalam komunikasi organisasi berfungsi memproduksi, menjaga dan mereproduksi struktur-struktur kekuasaan tersebut. Dalam pandangan Stanley Deetz (1982) ini terjadi melalui distorsi sistematis komunikasi yang digunakan untuk kepentingan dan ideologi tertentu.

Tiga perspektif yang telah dijelaskan di atas merupakan bagian-bagian esensial dalam pemikiran tentang komunikasi organisasi. Melalui cara yang berbeda, seperti yang ditulis Eisenberg dan Goddall (2001) menguraikan ke dalam beberapa bahasan, misalnya tiga perspektif awal dalam organisasi dan komunikasi yang mencakup pendekatan klasik manajemen (Henry Fayol, Max Weber-Birokrasi, Frederick W Taylor); perspektif sistem dalam organisasi dan komunikasi; *cultural studies* dalam organisasi dan komunikasi serta akhirnya pendekatan kritis terhadap komunikasi organisasi.

Jika dicermati lebih jauh, pemikiran mengenai pendekatan manajemen klasik baik dari Henry Fayol, Max Weber, Taylor ditambah dengan perspektif sistem dalam komunikasi organisasi berada dalam

perspektif tradisional yang melihat komunikasi organisasi sebagai sesuatu yang objektif, rasional, mekanistik. Sedangkan *cultural studies* lebih menekankan pada penekanan interpretatif. Hal lainnya misalnya dilakukan oleh Pace dan Faules (1994) yang membedakan persoalan perspektif komunikasi organisasi seperti apa yang dilakukan Eisenberg dan Goddall. Bedanya, Pace dan Faules menempatkan pembahasan perspektif ini menjadi beberapa uraian seperti Teori Klasik Struktural yang melihat pemikiran Max Weber dan Taylor; Teori Transisi yang mencakup pendekatan behavioristik dan sistem yang diakhiri dengan pembahasan tentang teori yang bersifat kontemporer yang melihat persoalan budaya dan pendekatan kritis. Sampai di sini kita telah melihat problematik dasar, perspektif dan kompleksitas kajian mengenai komunikasi organisasi ini.

Pada bagian berikutnya, bagaimana pertautan perspektif komunikasi organisasi tersebut dengan metateori komunikasi. Artinya kita mencoba melihat bagaimana masing-masing perspektif dalam komunikasi organisasi menempatkan komunikasi di dalamnya. Untuk itu, tentang bagaimana komunikasi ditempatkan di dalam kontelasi komunikasi organisasi, menjadi relevan untuk dikaitkan dengan metateori komunikasi.

**Pertautan Meta-teori Komunikasi dan Perspektif Komunikasi Organisasi**

Di sini tidak dimaksudkan untuk menunjukkan mana yang lebih dominan bahwa sebuah definisi komunikasi menentukan pandangan mengenai organisasi. Atau sebaliknya, cara pendefinisian organisasi menentukan kondisi komunikasi di dalam suatu organisasi. Karena demikian tujuannya, pertautan di sini lebih menunjukkan hubungan kausalitas yang mungkin terjadi, yakni sebuah definisi komunikasi dapat menentukan cara dan pemikiran organisasi atau sebaliknya pemikiran organisasi menentukan pandangan komunikasi di dalam organisasi.

Sudah disinggung bahwa ada tiga perspektif dalam teori organisasi dan komunikasi. Ketika perspektif tradisional memandang organisasi sebagai mesin atau sebagai sistem yang hidup, maka pemikiran-pemikiran yang menganalogikan organisasi sebagai mesin atau sistem lebih menekankan pada proses-proses teknis dan mekanistik.

Sebagai sistem, di dalamnya terdapat pola-pola hubungan yang satu kondisi mempengaruhi kondisi yang lain. Oleh karena itu, dari sisi meta-teori komunikasi sebagaimana telah dijelaskan di awal, konsep-konsep komunikasi yang relevan dan digunakan dalam cara pandang seperti itu antara lain: a) komunikasi adalah transmisi dan penerimaan informasi; dan b) komunikasi adalah proses. Aksioma komunikasi yang menegaskan sebagai transmisi dan penerimaan informasi, pola

hubungan yang terjadi antara bagian yang satu dengan bagian yang lain ditentukan oleh akurasi dan ketepatan pengiriman dan penerimaan pesan. Posisi dan kedudukan di dalam organisasi dipandang sebagai hubungan linear. Atasan lebih mengontrol dan mengendalikan informasi, sedangkan bawahan lebih sekedar menerima dan menjalankan perintah dan pesan.

Komunikasi diletakkan dalam prinsip-prinsip manajemen ilmiah (scientific management) seperti *controlling*, *directing*, *managing*, *commading*, dan seterusnya. Oleh karena itu, semua menunjukkan satu arah yakni dari sumber pesan sebagai pengirim pesan yang biasanya pimpinan perusahaan atau organisasi ke karyawan sebagai penerima pesan. Dalam konsep komunikasi sebagai transmisi dan penerimaan informasi yang ditekankan adalah efektifitas. Apakah yang ditransmisikan diterima sesuai dengan yang dikirimkan atau tidak, hal ini menjadi pokok kajian dalam perspektif ini.

Sedangkan aksioma komunikasi adalah proses, relevan ketika organisasi dipandang sebagai sistem. Relevansinya terletak pada implikasi yang melekat pada aksioma komunikasi sebagai proses. Pertama, komunikasi mencakup interaksi variabel-variabel di dalam sistem yang bersifat kausal yang sulit ditentukan mana awal dan mana akhir. Kedua, sebagai proses di dalamnya terdapat transaksi di antara pengguna simbol, makna bersifat

dinamik dan terbuka untuk melakukan adaptasi dan perubahan.

Sementara ketika organisasi dipandang sebagai budaya dan persoalan makna menjadi kajian sebagai sentral dalam perspektif ini, aksioma-aksioma komunikasi yang relevan yang dapat diketengahkan adalah antara lain: a) komunikasi adalah penciptaan makna; b) kita tidak dapat tidak berkomunikasi; c) komunikasi adalah perilaku individual; d) komunikasi adalah hubungan-hubungan di antara perilaku individu yang sedang berinteraksi dan e) komunikasi adalah kontekstual. Definisi-definisi komunikasi tersebut relevan untuk melihat pemikiran yang berkembang dalam pendekatan interpretif dalam organisasi. Sebagaimana diketahui bahwa realitas organisasi ditentukan oleh tindakan-tindakan anggotanya melalui interaksi. Eksistensi organisasi ditentukan oleh berbagai pengalaman melalui makna yang tercapai dalam interaksi tersebut. Dengan demikian, dalam pendekatan interpretif pembahasan-pembahasan mengenai makna menjadi isu penting. Sementara makna dalam komunikasi itu sendiri dapat dipahami dari berbagai sisi dan sudut pandang misalnya semiotika, hermeneutika, psikologi kognitif, budaya dan sebagainya. Pemahaman terhadap makna di dalam organisasi pun bersifat multifaset. Bahkan kondisi diam seseorang di dalam organisasi harus dipahami tentang alasan kebisuan

tersebut (kecemasan berkomunikasi dalam organisasi).

Relevansi aksioma komunikasi terhadap perspektif kritikal dalam organisasi ketika melihat komunikasi sebagai instrumen kekuasaan yang dipakai untuk melakukan penindasan. Dalam perspektif kritikal, organisasi dipandang sebagai instrumen penindas dalam relasi-relasi yang ada di organisasi. Dalam perspektif demikian itu, penggunaan simbol atau bentuk-bentuk komunikasi sering dicurigai sebagai alat untuk mensahkan dominasi dan status quo. Ulasan Mumby yang menegaskan bahwa dominasi dapat terjadi bukan hanya dari struktur atau simbol saja, melainkan hubungan antara struktur dan simbol sebagai kedua-duanya.

Aksioma komunikasi seperti apa yang relevan dengan posisi perspektif kritikal ini di dalam organisasi ? Ada pasangan aksiomatis komunikasi yang membicarakan kekuasaan. Pasangan ini mengatakan bahwa komunikasi adalah sebuah kekuatan yang besar dan dominan di dalam masyarakat, sedangkan yang satu mengatakan bahwa komunikasi adalah hanyalah salah satu dari kekuatan dari sejumlah kekuatan yang ada di dalam masyarakat dan karenanya lemah saja.

Bagaimanapun aksioma itu, esensi pentingnya terletak pada pemahaman bahwa komunikasi adalah manifestasi kekuatan di masyarakat. Sebagai kekuatan di dalam masyarakat, keberadaannya dapat

digunakan untuk melakukan penindasan. Dalam pengertian inilah komunikasi dipahami ketika diterapkan dalam perspektif kritikal organisasi. Dalam posisi dan struktur organisasi, berjalanan dengan kewenangan dan kekuasaan melekat struktur- simbol komunikasi memantapkan kekuatan dan kekuasaan individu dan struktur dalam organisasi. Dalam pemikiran kritikal, hal ini harus dicurigai dan karena itu harus dilakukan perubahan emansipatoris untuk membebaskan penindasan yang sedang berlangsung.

Dengan penjelasan ringkas tersebut, kita telah melihat kerangka konseptual yang mempertautkan aksioma definisi komunikasi dan perspektif komunikasi organisasi. Dari penjelasan itu, kita juga melihat cara bagaimana organisasi ditafsirkan berkesesuaian dengan ketersediaan aksioma definisi komunikasi yang memudahkan kita memahami komunikasi dalam cakupan yang luas di dalam organisasi. Dengan melihat kerangka konseptual tersebut, kini penting artinya untuk melihat satu derivasi pemikiran organisasi yakni iklim dan budaya organisasi. Sekali lagi, ini pilihan dari sejumlah tematik kajian mengenai komunikasi organisasi yang bisa digali. Sementara tema-tema dalam komunikasi organisasi sangat beragam dan bervariasi.

### **Budaya Organisasi**

Konsep budaya organisasi, rasanya penting diawali dengan pemahaman tentang budaya itu sendiri. Kita temui bahwa pengertian budaya juga beragam. Budaya dapat diartikan sebagai kelompok orang-orang yang diikat oleh rasa kebangsaan atau latarbelakang etnik sebagai seperangkat pengalaman dan perilaku yang sama (Miller, 2002:276).

Pengertian lebih lanjut, budaya dapat dikonseptualisasikan dalam fungsi dan bentuknya. Dari arti bentuk, Philipsen (1987) mengungkapkan sejumlah cara di mana para *scholar* mendefinisikan budaya. Pertama, ada yang memandang budaya sebagai komunitas atau nama kelompok sosial yang berbagi identitas budaya yang sama dan memori budaya yang sama pula. Dalam pendekatan ini, ada sebuah batas yang melingkupi kelompok sosial tersebut dan mencari karakteristik serta proses-proses yang dihayati bersama melalui kelompok-kelompok tersebut. Melalui pendekatan ini, budaya dapat didefinisikan sebagai deposit pengetahuan, pengalaman, keyakinan, nilai, sikap-sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan spasial, konsep mengenai alam semesta dan objek material serta kepemilikan yang diakui kelompok yang luas dari orang-orang melalui usaha-usaha individual atau pun kelompok (Samovar, Porter dan Jain, 1981).

Ada yang memandang pula bahwa budaya sebagai konversasi yang membentuk pola-pola pengalaman dari

orang-orang yang hidup di dalamnya. Pendekatan ini melihat budaya terpusat pada konsep interaksi-interaksi individual dan melihat budaya secara konstan muncul melalui wacana budaya anggota-anggotanya. Dalam pengertian ini, budaya dideskripsikan sebagai kreasi terus menerus terhadap aktivitas sehari-hari dari anggota-anggotanya (Hall, 1992:53). Selain itu, budaya dipandang sebagai kode nilai, makna dan norma-norma perilaku yang membatasi tetapi juga tidak mendiktekan sesuatu kepada perilaku budaya anggota-anggotanya yang tampak dari bentuk dan fungsinya.

Dari fungsinya, budaya dapat dipandang sebagai: a) *schema of life*] b) *a way of organizing and interpreting experience*; c) *a means through which individuals can participate in the world of the community and a means for integrating cultural members separated by time and space* (Miller, 2002: 277). Dari seluruh pengertian tersebut, budaya terbentuk dan ditentukan oleh interaksi dan konvensi seiring berjalannya waktu. Dari definisi tersebut, budaya bukan sebagai produk instan dalam masyarakat, melainkan melalui proses objektivasi, internalisasi dan sintesis yang memerlukan waktu. Pengertian-pengertian dasar di atas tidak jauh berbeda ketika diterapkan ke dalam budaya organisasi.

Goldhaber misalnya (1993:69) mendefinisikan budaya organisasi sebagai

sebuah pola keyakinan-keyakinan dan nilai yang dihayati bersama oleh anggota-anggota di dalam organisasi. Barnett yang dikutip Goldhaber mengatakan bahwa budaya organisasi tercermin dari individu-individu yang ditransformasikan ke dalam anggota-anggota kelompok sebagai hasil dari interaksi-interaksi mereka dengan anggota-anggota kelompok lain.

Persoalan budaya organisasi semakin menarik ketika hal ini dikomparasikan dengan tipe-tipe budaya masyarakat yang berbeda. Sebagaimana telah disinggung, ada fenomena menarik yang patut dikaji lebih dalam misalnya komparasi budaya organisasi budaya Timur dan Barat. Ciri-ciri budaya yang berbeda yakni Timur dan Barat dapat dipastikan berdampak pada pola komunikasi organisasi yang terjadi di dalamnya, antara lain dalam proses pengambilan keputusan yang mengedepankan konsensus atau individual; prestasi kolektif atau prestasi individual dan sebagainya.

Jika hal ini ditarik lebih mendasar lagi, yakni perbedaan-perbedaan budaya Timur dan Barat tercermin dalam budaya organisasi serta berdampak pada praktek-praktek komunikasi organisasi, dapat dipahami melalui tulisan Young Yun Kim: *Intercultural Personhood: An integration of Eastern and Western Perspectives*. Ulasannya dapat dijadikan sumber acuan penting dalam memberi landasan terhadap karakteristik budaya Timur dan Barat.

Dalam pandangan Kim, perbedaan cara pandang Barat dan Timur tidak terjadi hanya pada komunikasi. Kim menunjukkan bahwa perbedaan tersebut terjadi pada: a) konsep tentang alam semesta; dan b) konsep waktu dan pengetahuan. Perbedaan terhadap alam semesta dan jagad raya, waktu, pengetahuan meletakkan dasar dan pijakan terhadap bagaimana kedua budaya tersebut bersikap dan berperilaku termasuk cara mereka mengkomunikasikan konsep yang mereka yakini.

Menurut Kim, perbedaan tersebut dipengaruhi oleh agama dan sistem filsafat yang mereka miliki. Dalam pandangan Kim, agama dan filsafat Barat lebih didominasi pandangan Yunani dan Judeo Christiani, sedangkan Timur dipengaruhi oleh sistem filsafat dan agama seperti Hindu, Konfusiusme, Tao, Budha dan Zen serta Islam.

Dalam pandangan Barat jagad raya dan alam (universe dan nature) dilihat sebagai sesuatu yang diciptakan dan secara eksternal dikontrol oleh kekuatan Adikodrati. Barat melihat hubungan antara yang diciptakan terpisah dari yang menciptakannya. Barat melihat alam jagad raya bukan sebagai materi yang hidup. Ia adalah partikel-partikel elementer yang berinteraksi satu sama lain dalam pola-pola yang dapat diramalkan. Karakteristik perspektif Barat terhadap alam jagad raya adalah dualistik, materialistik dan *lifeless*.

Sedangkan Timur melihat alam jagad raya lebih holistik, dinamik dan di dalamnya melekat dimensi spiritual. Di dalamnya diyakini bahwa entitas jagad raya dipandang sangat luas, multidimensional, organisme hidup dan terdiri dari banyak bagian dan kekuatan yang satu sama lain saling bergantung. Bagi Timur jagad raya adalah kesadaran dan terbalut dalam sebuah kontinum ciptaan-Nya. Pola-pola kosmik sebagai self oriented dan self organizing yang menegaskan bahwa jagad raya adalah manifestasi dari kekuatan hidup kekuatan yang Adikodrati. Semua kekuatan hidup yang ada tidak terpisah dari manusia dan eksistensinya. Perspektif Timur mengakui bahwa semua yang ada di dunia ini adalah impermanen (maya).

Perbedaan perspektif Barat dan Timur terhadap jagad raya dan alam berimplikasi pada perbedaan melihat pengetahuan dan terhadap epistemologi ilmu. Dalam perspektif Timur proses persepsi dan proses mengetahui sesuatu yang bersifat sintesis, sedangkan perspektif Barat lebih bersifat analitik. Bagi perspektif Timur, tujuan pengetahuan adalah menstransendesikan perbedaan-perbedaan yang nyata tersebut dan melihat interkoneksi semua hal. Kim menyatakan karakteristik ini dengan mengatakan: *Unity is one of the highest aims of knowledge*. Kim merangkum perspektif Timur terhadap pengetahuan dengan



mengatakan lebih mementingkan proses-proses mental, holistik, intuitif dan estetik.

Dalam perspektif Barat, pengetahuan dikembangkan berdasarkan prinsip dualistik dan materialistik. Di dalamnya, dikembangkan adanya dikotomi dan jarak antara objek yang ingin diketahui dengan individu yang ingin mengetahui.

Subjek terpisah dari objek yang ingin diketahui. Oleh karena itu, pengetahuan Barat dikembangkan pada kerangka rasional. Dampaknya pada tatanan epistemologi terlihat perbedaannya. Misalnya perspektif Barat lebih menekankan pada instrumen intelektual, melakukan kategorisasi yang tegas dan jelas, linear, analitik dengan menggunakan logika silogisme. Sedangkan perspektif Timur menekankan pada pengalaman langsung, memberi kesimpulan samardan tidak memadai, konsep-konsep yang diperoleh dari intuitif dan kontemplasi serta fleksibel. Akibatnya dalam persoalan kebenaran umum yang dicapai sulit diverifikasi dan direplikasi.

Perbedaan perspektif juga terhadai terhadap waktu. Dalam pandangan Barat waktu adalah monokronik yang berjalannya linear yang tidak akan terulang kembali, sementara Timur memandang bersifat siklis-yakni berputar seperti roda yang berulang. Perbedaan ini mengakibatkan pada sikap dan cara-cara mereka bekerja dan berperilaku. Dalam perspektif Barat, karena waktu adalah monokronik- aktivitas mereka cenderung mengedepankan jadwal dan

segmentasi serta standarisasi. Sedangkan Timur dengan pandangan seperti itu cenderung bersifat pasif (*placid*).

Dengan deskripsi semacam itu, kiranya lebih mudah kenapa sejumlah perbedaan dapat digarisbawahi oleh Lawrence Kincaid terhadap praktek-praktek komunikasi dan epistemologi yang dikembangkan dalam komunikasi antara Barat dan Timur. Jika persoalan fundamental tentang bagaimana ada dan hidup sedemikian kontras, maka hasilnya dapat kita lihat perbedaan-perbedaan dalam berkomunikasi.

Kincaid memaparkan bahwa ada empat perbedaan yang bisa dicermati dalam komunikasi perspektif Timur dan Barat. Pertama, teori-teori perspektif Timur cenderung memfokuskan pada aspek keseluruhan dan kesatuan sedangkan Barat cenderung melihat bagian-bagian dan tidak mengintegrasikannya menjadi satu kesatuan yang menyeluruh.

Kedua, teori-teori komunikasi perspektif Timur memandang *outcome* komunikasi sebagai sesuatu yang tidak terencana dan konsekuensi alamiah dari peristiwa; sedangkan Barat didominasi oleh visi, perencanaan, jadwal dan kategorisasi yang berorientasi pada tujuan personal. Visi individualisme terlihat jelas.

Ketiga, teori-teori perspektif Timur didominasi oleh bahasa-bahasa nonverbal. Simbol-simbol verbal kurang memainkan peran (*downplayed*) dan

dipandang dengan skeptisme. Timur lebih menekankan pandangan intuitif yang dicapai melalui pengalaman langsung dan faktor inilah yang menjelaskan kenapa diam itu lebih baik dari pada banyak bicara. Sedangkan perspektif Barat lebih didominasi penggunaan bahasa verbal.

Keempat, teori-teori perspektif Timur melihat hubungan dalam masyarakat lebih rumit. Hubungan ini mempertimbangkan perbedaan-perbedaan yang melekat pada individu tersebut seperti peranan sosial, status, usia, jenis kelamin dan seterusnya. Sedangkan Barat melihat hubungan cenderung menekankan pada hubungan individu tanpa melihat perbedaan yang ada. Sekalipun paparan ini menjelaskan secara tegas tentang perbedaan perspektif tersebut, bukannya tidak mungkin kedua perspektif tersebut dapat didialogkan lebih jauh. Perbedaan kontras dalam praktek-praktek komunikasi bisa dipakai untuk menganalisis praktek-praktek komunikasi dalam organisasi yang dikelola dalam budaya Barat dan Timur, misalnya saja perusahaan Amerika dan Jepang. Paparan budaya organisasi sifatnya tematik ini, menjadi semakin lengkap apalagi penjelasannya didahului dengan konsep mengenai iklim organisasi. Sebab, iklim organisasi dan budaya organisasi memiliki pertautan yang sangat dekat. Tetapi karena pilihan tematik ini dimaksudkan sebagai cara untuk menunjukkan kedudukan dan kompleksitas kajian komunikasi organisasi,

budaya organisasi dipilih sebagai fokus sub bahasan tersebut. Itu di sana sini masih perlu dibicarakan lebih lanjut dan dalam.

### **Legitimasi Studi Komunikasi Organisasi**

Sebagai kajian yang *legitimate*, komunikasi organisasi memiliki sejarah yang panjang. Seperti telah disinggung bahwa eksistensi komunikasi organisasi tumbuh bersama berkembangnya masyarakat industri. Pengertian-pengertian awal tentang komunikasi organisasi sering dikaitkan dengan *business english, business and profesional speaking; basic communication skill* dan seterusnya (Redding- The Emergence of Organizational Communication as a Field of Study)

Pada tahap selanjutnya penggunaan istilah komunikasi organisasi mulai digunakan seperti pendapat Simon (1945) yang mengatakan komunikasi sebagai sesuatu yang mutlak pada organisasi dan pandangan Bavelas dan Barret (1951) yang mengatakan komunikasi adalah esensi dari aktivitas yang terorganisasi dan proses dasar dari semua fungsi yang menjalankannya. Sebelumnya, beberapa istilah sering dikaitkan dengan pengertian ini, seperti bisnis dan industri; human relations dan komunikasi industrial.

Wacana komunikasi pada waktu perang dunia terutama perang dunia kedua turut mempengaruhi kajian komunikasi organisasi. Kita mengetahui bahwa diskursus komunikasi dalam situasi perang dunia melibatkan banyak pakar dari disiplin yang

membahas tentang komunikasi seperti Pual F Lazarfeld, Kurt Lewin, Carl I Hovland, Harold D Laswell yang melakukan riset-riset komunikasi meliputi cakupan luas yang luas, seperti pemasaran di dalam industri, kepentingan militer dan sebagainya (Rogers, 1994).

Ada hal khusus yang dipaparkan Redding pada masa itu, yakni pengaruh TWI (Training Within Industry). Aspek penting dalam TWI adalah :a) meneguhkan disposisi dalam mempersepsikan komunikasi dalam setting industri; b) memperlihatkan komunikasi adalah masalah dasar ketrampilan yang dapat diajarkan; c) membantu mengidentifikasi komunikasi dalam *human relationships*.

Sumber referensi penting pertama yang menjadi cikal bakal komunikasi organisasi yang ditulis Barnard (1938/ 1968): *The Functions of Executive*] Lewin dkk (1939)- *Pattern of Agressive Behavior in Experimentallu Created Social Climate*; Roethlisberger dan Dickson (1939): *Management and the Worker*, dan Simon (1945) *Administrative Behavior*.

Sebagai kajian, komunikasi organisasi semakin jelas posisinya ketika riset-riset yang diperuntukkan bagi tesis atau disertasi dilakukan. Misalnya PhD pertama dalam Speech Departement yang secara eksplisit membicarakan komunikasi industrial tercatat pada tahun 1953 di Northwestern dan Ohio State; di Kansas dan di Northwestern,

sebuah tesis buat Master degree tercatat pada tahun 1949.

Dengan merujuk pemikiran Thomas Kuhn (1970), sebuah ilmu dikatakan sebagai *normal science* apabila memenuhi sejumlah kondisi seperti ada tokoh-tokoh pemikirnya, intuisi pendidikan yang menyelenggarakannya, riset-riset, konsep dan pemikiran pokok, ada buku-buku atau literatur-literatur yang menjadi acuan bersama dan sebagainya. Dalam lintasan sejarah kajian komunikasi organisasi, kondisi-kondisi tersebut diperlihatkan komunikasi organisasi sebagai studi.

Dengan paparan ini, legitimasi komunikasi organisasi tidak ditentukan oleh persoalan suka atau tidak suka, melainkan ditentukan oleh kondisi objektif yang terjadi pada kajian tersebut. Komunikasi organisasi sebagai studi yang legitimate terbentuk bukan dalam proses yang sederhana dan singkat, melainkan berkembang sesuai dengan perkembangan masyarakat itu sendiri yang tidak bisa menghindarkan diri dari kebutuhan akan organisasi. Dengan perkataan lain, komunikasi organisasi memberi landasan penting bagi memahami bentuk-bentuk organisasi apa pun yang berguna meningkatkan kemanfaatn organisasi itu bagi tujuan-tujuan esensial dalam masyarakat secara umum. Oleh karena itu, tidak ada alasan yang bisa mengesampingkan kajian komunikasi organisasi sebagai bukan studi yang *legitimate*.